

TARTU ÜLIKOOLI VILJANDI KULTUURIAKADEEMIA

Kultuurhariduse osakond

Kultuurikorralduse eriala

Kirsi Ansper

**EESTI AUTORI KAUR KENDERI ROMAANI “YUPPIEJUMAL”**

**INGLISEKEELSE TÕLKE “PETTY GOD” VÄLJAANDMINE**

Diplomitöö

Juhendaja: Marju Mäger, kultuurikorralduse lektor

Kaitsmisele lubatud .....

(juhendaja allkiri)

Viljandi 2014

# SISUKORD

SISSEJUHATUS .....	4
1 KIRJASTAJAROLLI MUUTUMINE TÄNAPÄEVAL .....	6
1.1 Raamatukirjastamise põhjuseid üleilmastavas kultuuriruumis.....	6
1.2 Raamatukirjastamise muutunud võimalused maailmaturul .....	7
1.2.1 Kirjastamise ärisse sisenemise madal lävend .....	7
1.2.2 Raamatukirjastamises on ruumi mitmekesisusele .....	8
1.2.3 Raamatukirjastamise formaatide tähtsus .....	9
1.3 Raamatulugemise muutunud võimalused .....	11
1.4 Kirjastamisprojekti eesmärk ja missioon .....	11
1.5 Kirjastamisprojekti koostööpartnerid .....	12
1.6 Eesti kirjanduse kirjastamine, välisturgudele pakkumine ja tõlkimine .....	12
1.7 Sotsiaalmajanduslik mõju .....	14
2 KAUR KENDERI ROMAANI “PETTY GOD” KIRJASTAMINE .....	15
2.1 Raamatu väljaandmise eesmärk, sihtgrupp ja formaat .....	15
2.2 Raamatu sisu ja kaane kujundus .....	16
2.3 Projekti tegevused, ajakava ja tähtajad .....	18
2.4 Meeskond.....	21
2.5 Trükiteenuse teostaja .....	23
2.6 Projekti rahastamine .....	23
2.7 Raamatu levitamine .....	25
3 PROJEKTI TULEMUS JA ENESEREFLEKTSIOON .....	27
KOKKUVÕTE .....	30
KASUTATUD ALLIKAD .....	31
LISAD .....	33
LISA 1. Projekti kriitiliste tegevuste riskianalüüs.....	34
LISA 2. Kaur Kender “Petty God” - raamatukaane ja esimese peatüki kujundus .....	35

LISA 3. Projekti ajakava .....	43
LISA 4. Projekti turundus- ja kommunikatsiooniplaan.....	44
SUMMARY .....	46
LIHTLITSENTS LÕPUTÖÖ REPRODUTSEERIMISEKS JA LÕPUTÖÖ ÜLDSUSELE KÄTTESAADAVAKS TEGEMISEKS .....	48

## SISSEJUHATUS

Kultuur on vestlus, millel puudub keskpunkt. Raamatu kirjastamine on selle keset vestlust paigutamine, kirjastuse asutamine on vestluse algatamine. Kuna maailmas on palju kultuure, palju keeli, siis väärtus on mitmekesisusel - mitmekesistel vestlustel. (Zaid 2011, lk 19) Raamatu kirjastamisel saab olla seega vähemalt kaks eesmärki – asetades raamatu keset vestlust saab algatada uusi kirjandusvestlusi ja uute autorite loomingu avaldamisel mitmekesistada vestlusi.

Kirsi Ansperi diplomitöö käsitleb Eesti autori Kaur Kenderi romaani “Yuppiejumal” tõlke “Petty God” väljaandmist paberraamatuna ja e-raamatuna, mille esimene eesmärk on avada ligipääs Kenderi loomingule inglise keeles ja teine eesmärk on luua trükis, mis oleks vahend autori ja tema loomingu tutvustamiseks ning tuntuse tõstmiseks võimalike väliskirjastajate ja kirjandusagentide seas.

Eesti ühiskonnas on järjest suuremat tähelepanu pälvinud loomemajanduse arendamine. Kultuuriministeeriumi kodulehel on toodud välja, et riigi eesmärk loomemajanduse arendamisel on tõsta kultuur erinevate poliitikate keskmesse, soodustada ettevõtlusalast aktiivsust loovsektorites, luua loovettevõtetele tegutsemiseks soodne keskkond ja aidata kaasa võrgustike tekkele, hoogustada kultuurieksporti ning tähtsustada kultuuri rolli piirkondliku konkurentsivõime tõstmisel. (Loomemajandus 2012)

Kirjastamine on loomemajanduse valdkond - selles intellektuaalse loovusega seotud valdkonnas tegutsejad teadvustavad oma tegevust arenguperspektiivi omavana ning on valmis arengu huvides rohkem panustama koostööprojektidesse. Käesoleva diplomitöö raames ellu viidud projekt ja selles osalenud partnerid on üks näide loomemajanduslase koostöö huvist ja valmisolekust.

Diplomitöö raames avaldatud kirjandusteos on loomemajanduse valdkonna kirjastamisprojekt: tõlkeraamatu väljaandmine paberraamatuna ja e-raamatuna.

Diplomitöö kirjalik osa koosneb kolmest peatükist, millest esimene annab ülevaate raamatukirjastamise muutunud võimalustest tänapäeval, teine käsitleb Kaur Kenderi romaani tõlkeraamatu kirjastamise projekti ning kolmanda osa moodustab eneserefleksioon.

Töö autor soovib siinkohal tänada juhendaja Marju Mägerit asjakohaste nõuannete eest diplomitöö kirjutamisel ning projekteeskonda panuse eest tõlkeraamatu väljaandmisel. Eriline tänu kuulub sotsiaalmeedia turundamise- ja kommunikatsiooni valdkonna strateegilisele projekti-partnerile Martin Sookaelale, kellega koostöös realiseerusid tõlkeraamatu väljaandmise projekti ajakriitilised tegevused ja täitusid seatud eesmärgid.

# **1 KIRJASTAJAROLLI MUUTUMINE TÄNAPÄEVAL**

## **1.1 Raamatukirjastamise põhjuseid üleilmastuvas kultuuriruumis**

"Kultuur on vestlus, millel puudub keskpunkt", kirjutab tuntud Mehhiko luuletaja ja esseist Gabriel Zaid oma raamatus "Liiga palju raamatuid" – teravmeelses ja mõtlemapanevas arutluses lugemisest, kirjutamisest ja raamatuärist meie moodsas maailmas, kus iga 30 sekundi tagant ilmub raamat ning raamatute kirjutajaid on peagi rohkem kui lugejaid. (2011, lk 19)

Käesoleva töö autor lähtus Kaur Kenderi loomingu tõlke väljaandmise valikul seisukohast, et Eesti autori 1999. aastal ilmunud romaan "Yuppiejumal", mis oli Eestis müügihitt, on üks kirjanduslik vestlus kultuuriväljal ning selle tõlkimine inglise keelde ja avaldamine on rahvusvahelise vestluse algatamine.

Zaid sõnastab, et kirjutamine, lugemine, toimetamine, trükkimine, levitamine, katalogiseerimine ja arvustamine võivad kultuuri kui vestlust toita ja elus hoida. Ta täpsustab, et raamatu kirjastamine on selle keset vestlust paigutamine ning kirjastuse, raamatupoe või raamatukogu asutamine nagu vestluse algatamine - vestluse, mis saab küll alguse kohalikust väitlusest, kuid laieneb tervele maailmale.

Töö autor sai Zaidi esitatud faktidest ja kommentaaridest kinnitust, et ei ole vaja välja anda mõni üksik raamat, mida kõik maailma inimesed lugeda jõuaksid ning mis oleks ka majanduslikult väga kasulik. Kuna maailmas on palju kultuure, palju keeli, siis väärtus on mitmekesisusel.

Nii soovib käesoleva töö autor öelda, et Kaur Kenderi loomingu avaldamine tõlkekirjandusena ja edastamine välisturule on loomulik jätk tema teoste avaldamise reas eesmärgiga mitmekesistada maailmakirjandust.

Eestis on Kaur Kenderi esikromaan "Iseseisvuspäev" kohta öelnud kirjandusteadlane Janek Kraavi, et see on tema jaoks kohustusliku kirjanduse nimekirja raamat. See teos näitab eesti keele arengut, see näitab eesti autori loomingu arengut – tegu on looga, mis avaldamise hetkel rääkis Eesti kirjandusruumis seni rääkimata asjadest seni kirjeldamata moel. Kenderi loomingul on Eesti keele- ja kirjandusloos kindel koht ja väärtus. (Vadi 2013)

"Võideldes raamatute eest, mis meile korda lähevad, ei saa piirduda müügi, trükiarvu, nimetuste hulga, uudiste, kultuurisündmuste, töö, kulude, ükskõik millise mõõdetava suuruse kasvatamisega. Oluline on loominguline elujõud, mida saab tunnetada (kuid mitte mõõta), mis annab meile teada, kas oleme õigel teel, isegi kui selle edendamiseks ei ole reegleid paika pandud" deklareerib Zaid. (ibid, lk 22).

Kaur Kenderi romaani "Yuppiejumal" tõlkimise valiku kohta on tõlkija Edith Epler öelnud, et teda köitsid selles romaanis olevad sõnamängud. "Mind üllatas, kui sujuvas ja soravas keeles "Yuppiejumal" on kirjutatud, samal ajal aga sõnu väänates ja mõisteid dekonstrueerides," rääkis Epler.

Epler Edithi sõnul kipuvad talle meeldima need sõnad rohkem, mis on kellegi poolt juba paberile pandud, kui need, mis on alles kellegi peas. Seepärast luges ta Yuppiejumalat palju kordi ning ühel hetkel esitas ta endale väljakutse see raamat inglise keelde tõlkida. (About the Translator 2014)

## **1.2 Raamatukirjastamise muutunud võimalused maailmaturul**

### **1.2.1 Kirjastamise ärisse sisenemise madal lävend**

Raamatute kirjastamise ärisse sisenemise lävend on väga madal ning see tasub ära juba väikeste tiraažide korral, kirjutab Gabriel Zaid. Võrdluseks toob ta farmaatsiatööstuse, kus ärisse sisenemise lävend on aastatega järjest kasvanud ning filmitööstuse, kus tooteid ei tehta palju just sellel põhjusel, et tootmine on kallisk. (Zaid 2012)

Eestis on loomemajanduse valdkonnad, sealhulgas kirjastamine strateegilise arenguperspektiiviga valdkond, mis soosib intellektuaalse omandi kaasamist ettevõtlusesse ja selle valdkonna koostööd. (Loomemajandus 2012).

Joonis 1 kujutab loomemajanduse struktuuri, nimetades loomemajanduse valdkonnad: kirjastamine kuulub valdkonda *cultural industries* ehk kultuuritööstus ning antud projekti raames

tehti koostööd samas struktuuris nimetatud *creative industries* ehk loovtööstusega toote levitamise eesmärgil.



### Joonis 1. Loomemajanduse struktuur (Allikas: Loomemajandus 2012)

Raamatute kirjastamise ärisse sisenemise lävend on loomemajanduses üks võimalus kirjastamisprojekti elluviimiseks ja koostöö arendamiseks sama valdkonna teiste erialade esindajatega – kirjastajad, toimetajad, tõlkijad, kujundajad, trükkalid jne.

Käesoleva töö autor otsustas kirjastamise ärisse sisenemise madalat lävendit kasutada ja teostada tõlkeraamatu väljaandmine loomemajanduse valdkonna kirjastamisprojektina.

#### 1.2.2 Raamatukirjastamises on ruumi mitmekesisusele

Gabriel Zaid sõnastab oma arutluse kokkuvõttes peatükis "Mitmekesisus ja koondumine":

"Raamatute mitmekesisust mitmekordistavad teadmiste kasv, erialade lisandumine, tihedam kontakt riikide ja kultuuride vahel ning ühiskondlik loovus kõigil tasanditel. Rikkas ja haritud ühiskonnas suudavad ka kõige kummalisemad hobid kõita mõne tuhande lugeja tähelepanu, millest piisab, et vastaval teemal raamatuid avaldada. See omakorda kasvatab inimese kohta kirjastatud nimetuste arvu. (...) Kirjastuste koondumise trendil on piirid, mitmekesisusel aga mitte. (...) Õnneks leidub ikka veel inimesi ja organisatsioone, kes on valmis müra muusikast sõeluma, raamatutest tähtkujusid moodustama ja üldsuse tarvis vestlusi algatama. Kuni need traditsioonid elavad, võime olla kindlad, et rikas ja vaimutoitu pakkuv mitmekesisus ei kao kusagile." (2011, lk 76-77)

Eesti Statistikaameti uuringus oli raamatute trükiarvu ja tiraažide vähenemine alates 1990-ndate algusest kuni sajandivahetuseni läbiv trend. Uuel aastatuhandel on raamatuturu maht stabiliseerunud kuni 6 miljoni eksemplari juurde aastas, ent nimetuste arv on iseseisvusaja



algusest pidevalt kasvanud. 2004. aastal anti välja üle 3000 nimetuse raamatu ja 800 brošüüri. Keskmise tiraaži oli 1453 tk. (Kultuur 1994... 2006, lk 35)

Eesti Kirjastuste Liit toob oma kodulehel välja kirjastamise statistika perioodil 1991-2011. Selles on tõesti näha, et trükiarv kokku 2004. aastal oli ca 5,8 miljonit eksemplari. Trükiarv tõusis kuni 2007. aastani ca 8,85 miljoni eksemplarini ent pärast seda on see langenud drastiliselt kuni kaks korda, olles 2011. aastal kõigi aegade madalamal tulemusel ca 4,43 miljonit eksemplari. (Kirjastamine... 2014)

Sama statistika näitab, et 2004. aastal oli trükitavaid nimetusi kokku ca 3994 tk ning 2011. aastaks on see kogus langenud 3716 nimetuseni. (ibid, 2014) Sellest lähtuvalt saab öelda, et langenud on tiraažide arvud, ent nimetuste arv pole langenud isegi 10%! Autori hinnangul on see strateegiliselt oluline info kirjastajale, et turgu võib olla väga eriilmelistele teostele, ent väga tähelepanelik tuleb olla tiraaži määramisel, sest sihtgrupp on väike.

### **1.2.3 Raamatukirjastamise formaatide tähtsus**

Võibolla ei peaks me Zaidi hinnangul lugemust mõõtma sellega, mitu raamatut oleme lugenud, vaid sellega, missuguses meeleseisundis oleme pärast lugemist (2011, lk 13). Tänapäevase raamatumõiste avaras kontekstis saab öelda, et sõltumata raamatu formaadist on oluline see, missuguses meeleseisundis oleme pärast lugemist.

Paberraamatute väljaandmist toetab argument, et Eestis on tegu arenenud ühiskonnaga, kus mitmekesisus on väga levinud, mistõttu paberraamatute väljaandmisel on perspektiivi.

E-raamat aitab aga jõuda eriti väikesearvulise lugejaskonnani - teoste puhul, mille osas on ka 50 lugejat realistlik sihtgrupp. E-raamat on ka kommunikatsioonivahend, selle levitamine aitab levitada infot autorist ja looming kohta, mis ilmunud paberraamatutena.

Gabriel Zaid on toonud välja statistika kui palju on paberraamatu nimetusi trükitud inimese kohta läbi aegade (vt Tabel 1).

**Tabel 1. Paberraamatu nimetuste trükiarv inimese kohta**

<b>Aasta</b>	<b>1450 (Gutenberg)</b>	<b>1950 (Televisioon)</b>	<b>2000</b>
Nimetusi aastas	100	250 000	1 000 000
Rahvaarv (miljonites)	500	2 500	6 000
Nimetusi miljoni inimese kohta	0,2	100	167

(Allikas: Zaid 2011, lk 12)

Gutenbergi trükipressi kasutuselevõtu järel trükiti maailmas 100 nimetust, see tegi 0,2 nimetust miljoni inimese kohta; Kui hakkas levima televisioon, trükiti maailmas 250 000 nimetust ehk 100 nimetust miljoni inimese kohta; 2000. a trükiti 1 000 000 nimetust ehk 167 nimetust miljoni inimese kohta.

Zaidi sõnul paljudel aladel hävitab areng mitmekesisuse, ent tema hinnangul raamatutega see nii ei ole. Pärast Gutenbergi on tulnud nii massimeedia, film, televisioon, arvutid, satelliitside kui ka internet. "Igal uuel arenguastmel ennustati raamatutele lõppu ja kokkuvõttes kirjastati ühe väiksema vaevaga üha rohkem raamatuid kõige erinevamatel teemadel. Nüüd võimaldab nõudmisel trükkimine ka viiekümne või saja eksemplarilisi tasuvaid tiraaže. See tähendab, et nüüd on võimalik avaldada raamatuid, mis huvitavad ainult viitkümnet või sadat inimest," tõdeb ta. (ibid, lk 16)

Maailmas ilmub iga kolmekümne sekundi järel raamat. Raamatud ise aga konkureerivad igapäevaselt erinevate meediavaldkondadega: kino, raadio, televisioon, internet. Ka raamatu enda mõiste on avardunud: e-raamat, audioraamat.

Raamatukirjastamises on viimaste aastate jooksul muutunud mitmed paradigmad: E-raamatute väljaandmisel pakutakse autoritele kasutajasõbralike arvutiprogrammide abil ise oma raamatuid avaldada – need soovitud formaatides salvestama ja internetipoodides ise müüki panema. Autori ligipääs avaldamisele pole olnud tänu e-raamatute lihtsalt levitamise võimalusele kunagi nii kerge.

Raamatukirjastamise muutunud olukorras on raamatukirjastamine võimalik projektina nii autori, kirjandusagendi kui ka kirjastaja rollist lähtudes -seda nii paberraamatu kui ka e-raamatu formaadivalikust lähtudes.

Amazoni internetipood ütles 2011. aasta jaanuaris, et 2010. aastal ületas esmakordselt e-raamatute müük paberramatute müügi USA turul. Võrreldi siis pehmekaaneliste populaarsete rahvaraamatute müüki, kõvakaanelised teosed olid valimist välja jäetud (Amazon... 2011).

Eestis on raamatute formaatide nõudluse tähtsus veel muutuses, sest see sõltub raamatulugemise harjumuse muutumisest.

### **1.3 Raamatulugemise muutunud võimalused**

Raamatulugemise harjumusi mõjutab inimeste elustiil. Tänapäeval on arvutite kasutamine laialt levinud, seetõttu on muutumas ka lugemisharjumused – arvutid või spetsiaalsed elektroonilised lugemisseadmed on tekitanud vajaduse e-raamatute järele. E-raamatute kaudu on muutunud lugeja ligipääs autori loomingule enneolematult kiireks - tekstid levivad globaalselt ja lühikese aja jooksul.

Nagu töö autor tõi välja eelmises alapeatükis, siis lugemisharjumused on mõningates maailma paikades juba muutunud- Eestis oodatakse veel seda läbimurret, mis USA-s on juba toimunud.

### **1.4 Kirjastamisprojekti eesmärk ja missioon**

„Projekti edu määrab see, kui hästi on täidetud projekti eesmärgid. Eesmärged paika pannes tuleb mõelda sellele, et need oleksid täpsed, mõõdetavad, tegutsemisele suunatud, realistlikud ja ajaliselt piiratud. (Projektijuhtimine 2010, lk 29)

Projekti eesmärk on välja anda inglisekeelne tõlketeos ja selle kättesaadavaks tegemine rahvusvahelisest müügikanalites.

Lähtudes projektijuhtimise edu mõõtmise printsiibist on paika pandud mõõdetavad indikaatorid. Tõlketeoase ilmumise aeg: 24. aprill 2014; levitamise kanalid: paberramatud ja e-raamatud Eesti raamatukauplustes ja välisturgudele suunatuna internetipoes Amazon UK ja USA turgudele.

Projekti missioon on toetada eesti autori ligipääsu avaldamisele, rahvusvahelise lugeja ligipääsu Eesti kirjandusele läbi loomemajandusliku koostööprojekti.

## **1.5 Kirjastamisprojekti koostööpartnerid**

Projekti edu algab meeskonna õigest valikust. Loomulikult kasutab projektijuht meeskonna komplekteerimisel eelnevaid koostöökogemusi konkreetsete ekspertidega ning intuitsiooni uute valikul. (Rahvusvahelise... 2002, lk 72)

Nagu öeldud, siis kirjastamisprojekt on loomemajanduse valdkonna projekt, selle meeskond on ühtlasi ka selle koostööpartnerid. Koostööpartnerite valiku osas usaldas projektijuht varasemat koostöökogemust.

Igal väljapoole suunatud projektil on ka turundus- ja kommunikatsiooni koostööpartnerid oluliste valikute hulgas. Traditsioonilised kommunikatsioonikanalid on Eestis päevalehtede uudistetoimetajad. Uued kontaktid välisturunduse- ja kommunikatsioonikanalitest on välisajakirjanduse uudistetoimetajad.

Traditsiooniliste koostööpartnerite osas on planeeritud teose ja selle kaudu autori tutvustamist pakkuda Eesti Kirjanduse Teabekeskusele, kelle kaudu saab autor tähelepanu rahvusvahelistel raamatumessidel.

## **1.6 Eesti kirjanduse kirjastamine, välisturgudele pakkumine ja tõlkimine**

Eestis on autoritel küll võimalused, aga siiski piiratud võimalused saada avaldatud, leida parimad avaldamise tingimuste kokkulepped ja otsustada väljaandmise valikute üle; siinhulgas formaatide valikute üle.

Näiteks võib tuua Indrek Hargla, kes on öelnud, et tema ei anna e-raamatuid enam välja, sest see toimub ebaõiglastel tingimustel. Hargla seisukoht: "Minu kaalutlus e-raamatutega enam mitte tegemist teha tuleb eelkõige kahest asjaolust. Esiteks nõõritakse failiostjalt palju rohkem raha, kui on õiglane, ja teiseks, et raamatuostjale määratakse palju rängemad tingimused, kui on autoriga enne kokku lepitud." (Hargla 2012).

Kirjanik Indrek Hargla on seisukohal, et e-raamatu ostjalt nõõritakse palju rohkem raha kui on õiglane, e- raamatu hind on peaaegu sama, mis pärisraamatul ent autorini jõuab sellest rahast tühine osa. Hargla küsib, kas e-raamatu hind võiks olla praegusest poole madalam ja vastab samas: "Mina arvan, et peaks ja oleks. Internet pakub e-raamatu odavamaks levitamiseks väga palju võimalusi. Nendest kõigist on mööda vaadatud ja valitud see, mis vahendajale, e-platvormide arendajatele ja muudele IT-tegeliskitele kõige rohkem sisse toob. Ning seda lugeja

ja autori arvel. Nii et kui keegi ostab e-raamatu, võiks ta mõelda, et toetab eelkõige kolmandaid isikuid ja toidab seda nomenklatuuri, kes on välja mõelnud nn sotsiaalse DRM-i." (Hargla 2012)

DRM ehk *digital rights management* on digitaalsete õiguste kaitsmise haldamine. Võimalik on füüsiliselt seada elektroonilisele failile selle kasutamise piirangud: näiteks on faili alla laadimine võimalik ainult ühe korra, seda ei saa füüsiliselt kopeerida jne. Sotsiaalne DRM ei ole failide kasutamise füüsiline piirang, see on failides avaldatud elektrooniline-eksliibris, mis kirjeldab teose kasutamise õiguse piiranguid, mis tihti teenivad kirjastaja või kaubastaja huve, ent mis ei ole Eestis tihti autoriga kokku lepitud.

Olemasoleva projekti puhul lähtus projektjuht kahest seisukohast: e-raamatute puhul on kehtestatud poole väiksem hind võrreldes paberraamatu hinnaga ja Amazoni kaudu levitamisel ei ole DRMi kehtestatud – selle kasutamise on ostjale vaba.

Traditsioonilise tõlkeõiguste tutvustamise ja levitamise väliskirjastustele on Eesti Kirjanduse Teabekeskuse tegelenud üle 2001. aastast alates, kui selle rahvusvahelisele turule suunatud platvormi asutasid Eesti Kirjastuste Liit ja Eesti Kirjanike Liit.

Eesti Kirjanduse Teabekeskus valib välja autorid, keda välismaal tutvustatakse. Kirjanduse ekspordi, tõlkimise ja kirjastamise riiklik rahastamine toimib läbi Kultuuriministeeriumi ja Kultuurkapitali toetusprogrammide.

Vähene eesti keele tõlkijate olemasolu on samuti olnud Eesti kirjanduse levitamisel piirav faktor. Selles osas on ajad muutunud, sest noored on järjest rohkem mitmekeelsemad – kui me ei saa juurde estofiilidest välismaalastest tõlke, siis globaliseerumine on andnud meile mitmekeelsed Eestist pärit noored – nii on ka antud diplomitöö raamides väljaantud romaani “Petty God” tõlkija Eesti päritolu ent viimased 7 aastat Šotimaal keskharidust ja kõrgharidust omandanud Edith Epler (22), kelle inglise keele oskus kannatab julgelt kriitikat.

Eesti kirjanduse väljaandmisel on valdavad traditsioonid, et välja annab raamatud kirjastus, mis ühtlasi dikteerib suures osas nii väljaandmise tingimused kui ka väljaandmise valikud (sh ka formaadi valik). Mistõttu väljaantavad tooted on kasulikud kirjastajale ent ei ole kasulikud autorile ja lugejale.

Maailmataturul on autoritele loodud võimalused loomingu avaldamiseks ja levitamiseks. Erineva tasemega koolitused: alates ilukirjanduse kirjutamise õppest, e-raamatute avaldamise kursustest kuni teoste müükipaiskamiseni interneti raamatupoodides – kõik on võimalik. Praktilised

abimehed on ka paberraamatuna avaldatud : näiteks siin projektis kasutatud Conrad Jones'i ja Darin Jewelli „100 praktilist e-raamatute kirjutamise ja kaubastamise nõuannet“(2013).

## **1.7 Sotsiaalmajanduslik mõju**

Projektide sotsiaalmajandusliku mõju hindamine ei ole pikk traditsioon – maailmas on see suhteliselt uus mõõdik, samuti ka Eestis. Eesti kultuuriprojektide sotsiaalmajanduslikku mõju on mõõdetud pigem kultuurfestivalide näitel ( Eestis toimuvate... 2012).

Kultuurfestivalide osas on regionaalmajandusliku mõju hindamine arusaadav: rohkem inimesi saab osa kultuurist, samas on see ka kasulik majandusele. Festivali puhul on majanduslik mõju siis suuremas tootlustuse ja majutamise nõudluses. Kirjastamise puhul on kultuuri levitamine läbi raamatu, selle puhul peaks majanduslik mõju olema raamatuga seotud toetavatel tegevustel – ilukirjanduses on see pigem piiratud võimalus. Seega ilukirjandusega seotud mõju tuleb ka esile ehk kirjandusfestivalidel. Ja festivalide formaate nagu Prima Vista ja HeadRead saab võrrelda seni tehtud regionaalmajanduslike uuringutega.

Üksikul raamatul on see vastav mõju valdkonnakeskne – kasu saavad valdkonnas sees tegutsejad: kirjastajad, autorid, illustraatorid, kujundajad, trükkalid, turundus- ja kommunikatsioonispetsialistid. Kaur Kenderi varasema loominguga avaldamine on kindlasti avaldanud Eestis sotsiaalmajanduslikku mõju: tema raamatute puhul räägiti esimest korda taasiseseisvunud Eestis müügihittide avaldamisest – mistõttu ei võitnud ainult kirjandus, mis sai uue autori ja tema loominguga kaudu populaarsust juurde, vaid ka kirjastajad, kes said Kaur Kenderi loomingut trükkida mitmes tiraažis – näiteks romaani „Yuppiejumal“ puhul trükiti kokku kolm tiraaži, kaubastajad said kogemuse ja tulu menuki müügist.

Antud projekti sotsiaalmajanduslik mõju võib mõõta üksikute väärtuste kaudu: projekti koostööpartnerid osalesid rahvusvahelises projektis, sest toodet levitatakse välisturgudel. Selle kaudu kasvas projektis osalejate rahvusvahelise projektitöö kogemus. Sealhulgas sai ka teose autor ise rahvusvahelise kogemuse andes e-raamatu avaldamise puhul online intervjuu USA populaarses online intervjuu formaadis AMA - Ask Me Anything.

## **2 KAUR KENDERI ROMAANI “PETTY GOD” KIRJASTAMINE**

### **2.1 Raamatu väljaandmise eesmärk, sihtgrupp ja formaat**

Nagu antud töö esimeses peatükis öeldud, määrab projekti edu see, kui hästi on täidetud projekti eesmärgid.

Kaur Kenderi romaani “Yuppiejumal” tõlkeraamatu “Petty God” väljaandmine kandis kahte eesmärki. Üheltpoolt sooviti jäädvustada Kaur Kenderi looming suurema lugejaskonnaga keeles ja anda selle kaudu võimalus saada tuttavaks Eesti autori loominguga ning teisalt luua korralik trükis, mida oleks võimalik kasutada vahendina nii autor Kenderi enda kui tema looming usaldusväärsuse ja tuntuse tõstmiseks väliskirjastajate seas.

Projekti eesmärk pidi realiseeruma paberraamatu ja e-raamatu avaldamisega 24. aprillil 2014. a. Paberraamatu müügile ilmumine oli planeeritud Eesti raamatupoodides ja e-poe kaudu tellimise võimalus ka Amazonist; e-raamatu müügile ilmumine oli planeeritud eelkõige Amazonis ja iTunes müügikanalites.

Kaur Kenderi loomingut on tõlgitud varem soome keelde, läti keelde ja vene keelde. 1999. aastal ilmus ka kakskeelne lühilugude raamat “Läbi rahulike silmade / Trough Peaceful Eyes”. Viimati ilmus tõlkeraamat Kenderilt 2003. aastal, seega üle 10 aastat tagasi. Seetõttu võib esimest inglisekeelset tõlkeromaani pidada oluliseks saavutuseks Kenderi loominguga väljaandmise osas.

Raamatu sihtgruppideks vastavalt tema erinevatele funktsioonidele on:

- Eestis elavad välismaalased ( kui Eesti kirjandusega tutvumise võimalus)

- Ülemaailmseid ostukanaleid kasutavad inglisekeelsed kirjandushuvilised (üks inglise keeles ilmunud ilukirjanduslik teos)
- Väliskirjastajad, agendid, inglisekeelsete riikide kirjanduse teabekeskused ( kui üks autori loomingut tutvustav näide)

Raamatu formaadiks on valitud paberraamat ja e-raamat. Paberraamatu tootmise kasuks otsustab olukord, et elame mitmekeelses ühiskonnas – kohalik kirjandussõber elab keskkonnas, kus inglisekeelne tekst on pigem tavapärane. Seetõttu saab selles raamis anda kohapealsele kirjandusesõbrale võimaluse osta raamat, mis on Eesti autori töö, näiteks kingiks välismaisele külalisele, sugulasele või rahvusvahelisele kaastudengist sõbrale.

E-raamatu tootmise põhjustas asjaolu, et uued tekstid jõuaksid võimalikult kiiresti potentsiaalse lugejani – seetõttu on e-raamat mitte lihtsalt e-raamat, vaid see on erinevates formaatides alla laaditav erinevate rakendustega tehnikaseadmetesse. Nii on e-raamat olemas Kindle versioonis ja iTunesis.

Üks antud teose esmaseid eesmärgi sai püstitatud, et kui see tekst välja anda, siis olgu see ka müügil rahvusvahelises online poes Amazonis - see eesmärk on realiseerunud.

Väga oluline on teadvustada, millised on võimalikud takistused projekti eesmärgi saavutamisel. Projektijuhtimise käsiraamat sõnastab, et ohtude ja riskide analüüsimisel tuleb teadvustada, et takistuseks võib olla teatud grupi vastuseis, ressursside nappus, infrastruktuuri puudulikkus jne. Projekti riskide analüüs tagab, et oleme valmis ohte vältima või leevendama. Mõne olulise riski tuvastamine võib ajendada meid ka projekti edasi lükkama või koguni ära jätma.

(Rahvusvahelise... 2002, lk 12)

Antud projekti kriitiliste tegevuste riskianalüüs on Lisas 1 – millised riskid tuvastati ja kuidas nende maandamine planeeriti. Projekti kriitiliste tegevuste analüüsi eesmärk oli pöörata tähelepanu neile teguritele, mis mõjutasid projektitegevuste jätkamist.

## **2.2 Raamatu sisu ja kaane kujundus**

Raamatu sisu tähendab ilukirjandusliku teose puhul lugu või jutustust, mis lõpuks peab kujunduse kaudu saama raamatu vormi valatud ning omakorda olema koos raamatu kaanekujundusega ühtne tervik.



Kuna tegu on romaaniga, siis raamatukujunduse valikul lähtuti traditsioonilisest raamatukujunduse standardist – piisavalt suure fondiga on esitatud tekst peatükkide kaupa – see julgustab lugemise alustamist.

Samas on raamatu sisule valitud mahuline paber, mis omakorda annab raamatule visuaalset kaalu. Kujundaja ülesandeks on romaani puhul leida raamatu kaanele sisuga sobiv, ent väljastpoolt tähelepanu äratav lahendus.

Kujundaja on raamatu kaanele andnud rõõmsa ja meeldiva väljanägemise – domineerib pealkiri ja autori nimi ent see on esitatud rõõmsavärvilise kujunduselemendi ja meeldiva hallika alltooniga kaanepaberi värvivaliku abil. Mõjule pääsev puhas ja ilma liigsete detailideta kaanekujundus lubab samasugust selget ja arusaadavat sisu.

Ilukirjanduslike teoste puhul aitab ostuotsust teha ka tagakaanele väljatoodud katkend raamatust, info autori kohta või arvustus olemasoleva teose kohta – nii on ka Petty Godi tagakaanel see info olemas.

Väljaantud paberraamatu formaat on mõõtudega 150x210 millimeetrit ning maht on 176 lehekülge. Raamat on trükitud Munken Print cream 115 grammisele mahtpaberile, kaante tarbeks on kasutatud 240 grammist kaanekartongi Carta Elegia. Raamat on köidetud õmmeldud liimköites, kaante värvilisus on 4+0 ja osaliselt lakitud UV-lakiga; trükiarv on 500 eksemplari. Raamatu sisu struktuur on esitatud Tabelis 2 ning kaanekujundus Lisas 2.

**Tabel 2. Raamatu sisu**

<b>PABERRAAMATU SISU</b>		<b>pealkiri raamatus</b>	<b>lehekülg</b>
Esikaas	eraldi kaanefailis	Kaur Kender Petty God	esikaas
Tiitelleht		Petty God	1
Pealkiri		Kaur Kender Petty God	3
Impressum			4
Pühendus			5
Romaani peatükid 1- 6		First chapter; jne	7-170

Proloog on Heiti Talviku luuletuse tõlge		Choir of Slaves	173
Tänuõnad keda kirjastajad soovivad tänada		Special thanks to	176
Tagakaas	eraldi kaanefailis		tagakaas
<b>E-RAAMATU SISU</b>		<b>pealkiri raamatus</b>	<b>lehekülg</b>
E-pub fail	sisu sama, mis paberraamatus	kasutada faili valmistamiseks sisu ja kaanefaile	1-176

## 2.3 Projekti tegevused, ajakava ja tähtajad

Projekt tähendab omavahel seotud tegevusi, ühekordset ülesannet, millega tegeleb rühm inimesi ühe kuni kaheksateistkümnepäevase jooksul, sellel on kindel lõpp-punkt. (Projekti juhtimine 2010, lk 18)

Kaur Kenderi romaani “Yuppiejumal” tõlkeraamatu “Petty God” väljaandmine on kirjastamisprojekt, mis koosnes raamatu väljaandmise ettevalmistamisest (v.a. tõlkeprotsess), trükiks ettevalmistustöödest (teksti küljendamine, kujundamine), trükkimisest ja leviplaani teostamisest.

Tõlkeprotsess oli enne antud kirjastamisprojekti teostatud. Siinkohal toob töö autor välja fakti, et kaaskirjastaja oli varasemalt tegelenud teksti tõlkimisega, toimetaja ja korrektuuri lugejaga töötamisega teksti kallal. Kuna diplomitöö autor oli nende tegevuste juures kaaskirjastajale juhendaja rollis, siis seetõttu saab öelda, et töö autor oli protsessi algusest peale kaasatud kogu teose kirjastamise protsessi vältel.

Kirjastamisega käib kaasas autoriõiguste teostamine. Autoriõiguse seaduse järgi on autoril võimalik üle anda varalised õigused (Autoriõiguse... 2014) Autoriõiguste teostamisest arusaadavuse huvides olgu välja toodud fakt, et Kaur Kenderi romaani “Yuppiejumal” autoriõigused kuuluvad alates 2002. aastast kirjastajale ehk antud töö autorile. Seetõttu ei toimunud konkreetse projekti elluviimiseks tõlkeraamatu väljaandmiseks autoriõiguste omandamist autorilt, vaid diplomitöö autor teostab talle kuuluvaid autori varalisi õigusi, sealhulgas õigust teost tõlkida, õigust teost reprodutseerida, õigust teost levitada.

Raamatu levitamine kuulub antud diplomitöö raamidesse konkreetse tunnuse alusel – levitamise eesmärgiks on tulemus, et selle erinevad formaadid on jaekaubanduses müügis. Raamatu levitamine kirjastajatele ja agentidele antud töö raamidesse ei kuulu, sest see on pikemaajalisem protsess kui olemasoleva raamatu publitseerimise ajahetkest alates diplomitööks võimalik ajalimiit võimaldab.

Projekti ajakava on toodud lisas 3 ja see oli koostatud lähtudes projekti põhisündmuse tähtjast – raamatu avaldamine 24. aprillil 2014. aastal. „Tagurpidi töötamine on suurepärane võimalus mõistliku graafiku koostamiseks,” kinnitab juhtimisnõustaja Mary Grace Duffy (Projekti juhtimine, 2010, lk 45). Samas on oluline määratleda kriitilised tegevused, mis määravad projekti kogukestuse – mõned tegevused võivad toimuda ühel ajal, kuid teised tuleb enne ära teha, et järgmisi alustada. (ibid, lk 47) Kuna projekti teostamine toimus väga lühikese aja jooksul, siis enamus tegevusi oli kriitilised tegevused selle teooria järgi.

Kindla aja võtsid sisu ja kaane kujundamine. Sellejuures oli omakorda kriitilise tähtsusega ka lõplikule korrektuurile kulunud aeg – vahepealt tundus, et tähe-, tühiku- ja komavead tekstis ei saagi otsa ja võibki jääda niinimetatud viimast versiooni järele ja jälle uuendama.

Oma rolli mängis ka raamatu trükikojas valmimise etapp – tegu on väga hinnatud trükikojaga, kus töö sai teha soovitud aja jooksul, aga paraku ka mitte päevagi lühema aja jooksul.

Kolmas ajakriitiline etapp oli levivõrku müüki saamine – siin nihkusid tähtjad osaliselt planeeritust edasi kuni nädala. Sisuliselt tähendab see seda, et paberraamat ja e-raamat said soovitud esitluspäeval küll müüki, aga mitte kõikides soovitud kanalites. Lõpptulemus oli meeskonna jaoks rahulolu pakkuv ning andis kinnitust väärt pingutusest.

Ajaliselt lühikesed, ent olulised detailid kirjastamisprotsessis, olid raamatukaanele reklaamipinna müük ja trükiteenuse pakkuja leidmine. Kuna trükisteenuse pakkumisel oli oluline leida soovitud kvaliteeti pakkuv ja samas kiiresti töösse võttev trükikoda, tuli see tegevus viia läbi kiiresti ja täpselt – see õnnestus sajaprotsendiliselt saades hea kokkuleppe trükikojaga Pakett, kus on ka enne Kaur Kenderi loomingut trükitud.

Reklaamimüügis oli tegu ideega, mille realiseerumine pidi toimuma kiiresti, sest raamat oli trükki minekul: reklaami ostu pakuti Mac arvuteid turustavale Valge Klaar OÜ-le. Petty God on müügis ka iTunesi e-poes, mille kaudu saavad raamatufaile alla laadida Apple/Mac seadmete kasutajad.

Strateegilised koosolekud meeskonnaga olid üliolulised tegevused, sest meeskonna iga liikme tugevus oli just tema panus kogu projekti protsessi, mistõttu oli tähtis, et kõik meeskonna liikmed oleksid informeeritud otsustest ja otsuste põhjendustest.

Tähtaegade osas olid ajakriitilised tegevused koondunud raamatu planeeritud avaldamise tähtaja ümber. Tabel 3 tutvustab ühe turundus- ja kommunikatsiooni kanali - “Petty God” kodulehekülje struktuuri ja valmimise tähtaegsid:

**Tabel 3. “Petty God” kodulehekülje struktuuriplaan ja valmimise tähtajad**

Rubriigi pealkiri	Rubriigi sisu	Järjestuse põhjendus	Tähtaeg
Home	avavaade, milles paremal on raamatu esikaane pilt ja vasakul jookseb Facebooki uudistevoog kasutaja Kaur Kender kontol	siin on nähtavad turundusteated, mis tulevad Facebookis kasutaja „Kaur Kenderi” kaudu levitamisele, aktiivsel turustamis-perioodil nn „värsked uudised”	22.04.2014
Kaur Kender	info autori ja tema loomingu kohta, foto	fookuses on teos ja teose autor	22.04.2014
Edith Epler	info tõlkija kohta	info võiks asuda tagapool, et fookus oleks teosel ja uuel autoril välisturul; kuna tehniliselt ei saa see info tagapool olla, siis jääb asukoht nii nagu on, autori järel.	25.04.2014
Reddit AMA	info AMA intervjuu toimumise kohta	järjekorras eespool, et kutsuda inimesi online intervjuus küsimusi esitama.	23.04.2014
Buy the book	müügiinfo: lingid online müügikanalitele	müügilink ei ole esimene, see oleks liiga agressiivne kui toote sisugi pole veel tutvustatud, pigem asukoht keskel	24.04.2014
First Chapter	esimese peatüki sisu	hea oleks, kui see oleks kohe autori tutvustuse järel, aga kuna lehekülje ülesehitus on blogi tüüpi – siis see esimene peatükk venitaks lehekülje vaate järgmiste rubriikide osas väga kaugele, seepärast jääb ta järjekorras lõppu	22.04.2014
Contact	kirjastaja, tõlkija ja autori kontaktid	võimaldab saada erineval eesmärgil kontakti: kes soovib autorilt küsida, kes soovib tõlkijat palgata, kes soovib kirjastajalt autoriõiguste kohta uurida	27.04.2014

Rubriigi pealkiri	Rubriigi sisu	Järjestuse põhjendus	Tähtaeg
Follow Kaur Kender	Twitteri rakendus	saab alustada kasutaja Kaur Kenderi järgimist Twitteris	24.04.2014
Tweet	Twitteri rakendus	saab edastada enda järgijatele infot Petty Godi kohta	24.04.2014
Like	Facebooki rakendus	on nähtav Petty Godi kodulehe Like- tulemus	24.04.2014

## 2.4 Meeskond

Projekti kaasatud inimesed on projekti tulemuse seisukohalt olulisim ressurss. (Rahvusvahelise... 2002, ptk 2 lk 12) Töö autor, kes oli ka projektijuht, on seisukohal, et eesmärgi täitmises on küll vastutus projektijuhil, ent tulemus mõjutab iga meeskonna liige. Meeskonnas olid valdavalt partnerlussuhted, mitte hierarhilised ülemus-alluv suhted. See kujundas kindlasti ka eesmärgi seadmist ja saavutamist, sest läbi koostöö ja kokkulepete sündis ka realistlik tegevuskava eesmärkide saavutamiseks.

Nii saab kinnitust ka fakt, et tänapäeval on ristfunktsionaalsed meeskonnas tavalised. Need on eri ettevõtetest pärit inimestest või mitte kunagi varem koos töötanud inimestest koosnevad meeskonnad. Projektijuht peab kokku panema õige teadmistebaasi, ent iga meeskonnaliige peab ka mõistma, kuidas oma töö ära teha ja tahtma rühmana töötada. (Projektijuhtimine 2010, lk 43)

Projektimeeskonda kuulusid järgmised koostööpartnerid:

1. Kirsi Ansper, projektijuht, kirjastaja, infovahetuse korraldaja, reklaami müük;
2. Martin Sookael, strateegiline koostööpartner: kodulehe valmistaja ja administraator, sotsiaalse meedia turundus- ja kommunikatsioonipartner
3. Indre Suur, raamatukujundaja
4. Edith Epler, tõlkija, kaaskirjastaja
5. Kaur Kender, teose autor, e-turunduse nõustaja
6. Birgit Krullo, projektijuhtimise nõustaja
7. Jürgen Kaljuvee, levitamise nõustaja

Projektimeeskonna töövorm oli distantstöö, mis tähendas seda, et reaalseid kohtumisi oli loetud korrad, meeskond ei töötanud koos ühes kohas/ruumis. Kõnekoosolekud olid kõige tihedamini Martin Sookaelaga, tema intensiivne kodulehekülje valmistamine ja samal ajal sotsiaalmeedia

kampaania käivitamine eeldas tegevuste täpsustamist ja mobiilseid muutusi kiiresti kokkuleppeid.

Meeskonnal ei olnud kehtestatud kindlat tööaega, seega toimus kommunikatsioon vaba graafiku alusel, ilma eelnevate ajaliste kokkulepeteta.

Ajalised tähtajad oli seotud tegevuskavaga, mis kirjeldas konkreetseid väljundeid projekti tegevuste lõikes: näiteks: raamat trükki, raamat trükikojast kätte, e-raamat müüki online, uudis1 väljasaatmine, uudis2 väljasaatmine jne.

Meeskonnatöö oli tulemuslik ja efektiivne. Ratsionaalne distantsilt teostatav projekt, tekitas pigem emotsionaalseid hetki, kus mingitel hetkedel tekkis emotsioon nagu ei millestki, inimesi näha ei olnud, kellegagi isegi ei pruukinud kõneleda ja tulemused lihtsalt tekkisid õhku – see tekitas inimliku positiivse emotsiooni.

Distantstöö osas võib välja tuua ka nõrkused: need ilmnesid ajakriitilistel hetkedel, kus töötati küll ühe kokkulepitud ajalise eesmärgi suunas, aga kui vahefiniš hakkas paistma, siis lõpusirgel võisid tekkida hetked, mida silmast-silma kohtudes oleks saanud kahe lausega tasandada või selgitada, siis oleks mitte kõigiga ühes ruumis, tekkis vajadus need kohad kas üle küsida, et kas ikka asi tuleb kokkulepitud ajal, või hoopis tuli võtta vastu mõni lahendus sellisel kujul, nagu ei olnud kokku lepitud.

Meeskonna suuruse kohta võib öelda, et see oli minimaalne, et eesmärgid täita. Loomulikult ei saa hinnata meeskonna suurust inimeste arvu ja sellest lähtuva kommunikatsioonivajaduse järgi. Minu hinnang on pigem projektitegevusteks vajalikest funktsioonidest lähtuv – kui vajalikud funktsioonid projektimeeskonna peale ära jaotada, siis oli meeskond minimaalne – koormus oli kõigil ühtlaselt suur, sest projekti läbiviimise aeg oli lühike.

Projekti elluviimise puhul oli tegu olukorraga, kus projektimeeskond oli kaasatud projektipõhiselt – see ei olnud kellegi põhitöö. Pooled meeskonna liikmed tegid projekti heaks oma põhitööst lähtuvaid tegevusi: raamatukujundaja, kodulehekülje looja, meediasstrateegia looja jne ja teine pool konkreetselt projekti vajadustest lähtuvaid tegevusi: pressiteadete tõlkimine, uudiste koostamine ja tõlkimine, kodulehe tekstide koostamine ja tõlkimine jms.

## **2.5 Trükiteenuse teostaja**

Pakett AS on Eesti üks vanimaid trükikodasid. Tema referentsid on muljetavaldavad ja tänasel päeval on tegu trükikojaga, kes ekspordib oma toodangust ca veerandi. Tegu on efektiivse, kiire, kvaliteetse ja paindliku trükiteenuse pakkujaga. Trükiteenuse valimisel võeti kaks hinnapakkumist – üks Pakett AS ja teine Greif AS. Mõlemal juhul oli kujundajal, kes on kogenud trükiste kujundajad varasem positiivne kogemus. Samamoodi on kirjastajal varasem positiivne kogemus just Kaur Kenderi looming trükkimisel samas trükikojas.

Mõlemad trükikojad pakkusid töö teostamist soovitud ajaks: 21. aprilliks. Greifi pakkumise pluss oli see, et veab ka tasuta raamatute hulgiladudesse raamatud kohale. Samas on see pakkumine seotud asjaoluga, et trükikoda asub ise Tallinnast kaugel, mistõttu see teenus Tallinnas ei ole nii oluline valiku tegemisel, sest transpordikulud ei ole suured.

Hinnapakkumistest sai valitud soodsam hind.

## **2.6 Projekti rahastamine**

Rahastamine oli saajaprotsendiliselt kirjastaja ehk antud juhul lõputöö autori kanda. Sellel on kaks põhjust. Esimene põhjus seisneb selles, et konkreetse teose kirjastamisprotsess sai reaalseks plaaniks ajahetkel kui ei olnud võimalik traditsioonilisi Eesti kirjanduse kirjastamise ja tõlkimise toetusprogramme kasutada. Eesti saab kirjastamiseks ja tõlkimiseks toetust taotleda Eesti Kultuurkapitalist ja selle alaprogrammis Traducta tõlkimiseks.

Teine põhjus, et rahastada ise, oli eesmärk saada ettevõtja kogemus kus tuleb rahastamise riskid endal kanda. Kuigi raamatu tagakaanele müüdi reklaami, oleks see valminud ka ilma reklaamirahata.

Projekti kogumaht oli planeeritud 3300 eurot. Tegelikult eelarveks kujunes 3400 eurot, millest 29,4% moodustasid trükiettevalmistamisega seotud kulud ja 38,8% ehk 1320 eurot raamatu trükkimine. Turundus- ja kommunikatsioonikuludeks planeeriti 450 eurot, tegelikult eelarve täitmiseks kujunes ca 550 eurot ehk veidi üle 16%. Eelarves, mis on näidatud Tabelis 4, kajastuvad kulude grupid, mis reaalsetelt tekkisid. Halduskulud – arvuti kasutamine, koosolekuruumid, internetikasutamine, ei ole antud kuludes kajastatud. Eelarves ei ole kajastatud side- büroo ja tööjõukulud, sest nende üle arvestust ei peetud ning need kajastuvad iga osalise nn teenuse või litsentsitasudes.

Oluline detail teadmiseks projektijuhile – koosolekuid võib pidada ühte ja teistmoodi – võib katta kõik koosolekuga seotud toitlustuse kulud, aga ei pea. Töö autor sai kinnitust, et sisuliselt ei ole eluliselt tähtis, et projektijuht peaks koosoleku jooksul söödud toidu või joogi kinni maksma. Üldistades võiks öelda, et büroo ja sidekulud on samasugused teenuse hinna sisse arvatavad kulud nagu ka toitlustamine, seetõttu ei pea seda pidama tähtsamaks teistest halduskuludest.

**Tabel 4. Projekti eelarve**

**KULUD**

<b>Kuluartikkel</b>	<b>Ühik</b>	<b>kogus</b>	<b>ühiku hind</b>	<b>Planeeritud summa</b>	<b>Tegelik täitmine</b>
raamatu kujundus	Teenus	1	500	500	500
trükkimine	Teenus	1	1320	1320	1320
tõlkimine	Litsents	1	500	500	500
keeletoimetaja	Teenus	1	500	500	500
raamatute transport	Teenus	1	40	40	65
kodulehekülg	Teenus	1	200	200	200
e-reklaam	Teenus	1	200	200	250
postituste modereerimine	Teenus	1	50	50	65
<b>Kokku</b>				3300	3400



## TULUD

Tuluartikkel	Summa
Reklaamimüügitulu	500.-
Raamatumüügitulu	2900.-

## 2.7 Raamatu levitamine

Raamatu levitamisel on oluline autori kui kaubamärgi mainekujundus. „Autori ja tema loomingu kui kaubamärgi ehitamine peab hakkama peale esimesest päevast alates” kirjutab edukad raamatuautorid ja oma e-raamatute kaubastajad. (Jones & Jewell 2013, lk 6) . Praktilises e-raamatute kirjutamise ja kaubastamise käsiraamatus “100 Ways to Publish and Sell Your Own E-Book” toovad autorid välja palju praktilisi nõuandeid, mille järgimise tulemusel on võimalik kasvatada oma tuntust ja seeläbi leida oma loomingu lugejad ja raamatuostjad. Autorid toonitavad, et paljud ilma suure kirjastajata autorid võtavad raamatu turustamist, mis on oluline raamatu levitamise osa, kui võitlust vaenlasega. „Me ei ütlegi, et see saab kerge olema, aga kui järgida praktilisi nõuandeid, võivad su turustamisealased oskused areneda samal ajal raamatu kirjutamisega,” tõdevad autorid.

Praktiliste nõuannete 100 punktiline nimistu on järgmist väärt. Siit võib tuua välja mõned tõsisemad ja mõned vähem tõsisemad näited:

- 32 Keep you author page fun and interesting – hoia oma autori lehekülg lõbus ja huvitav
- 33 add „autor" or „writer” to your Twitter name - lisa “autor” või “kirjanik” oma Twitteri nime juurde
- 48 Join social networks – liitu sotsiaalsete võrgustikega
- 53 promote your book professionally – reklaami oma raamatut professionaalselt
- 57 offer the first chapter for free – paku esimest peatükki tasuta lugeda

Raamatu levisse suunamine, mis on antud lõputöö raamides, toimub kahes formaadis: e-raamatuna ja paberraamatuna.

Raamatu levitamine toimub Eesti raamatupoodides, kus on olemas nii paberraamatu müük kauplustest, e-raamatu müük e-poest ja paberraamatu müük e-poest postiteel.

Just rahvusvaheline haare, kus enamus veebisaitidele on võimalik siseneda ükskõik millisest maailmapunktist, võimaldab internetikaupmeestel müüa oma tooteid pea igasse nurka üle maailma ( Luik 2008, lk 14)

Raamatu levitamine internetipoes Amazon toimub järgmiselt:

See on müügil paberraamatuna nii UK kui ka USA territooriumil, samuti on e-raamatut võimalik nii UK kui ka USA vastavate portaalide kaudu osta ja alla laadida. Amazonis on spetsiaalne tolle seadmete jaoks valminud Kindle formaadis fail.

Lisaks on raamatulevitaja Digira valmistanud e-raamatu versiooni, mis on müügil iTunesi keskkonna kaudu ja elektroonilisse seadmesse allalaaditav iTunesi kasutavatele seadmetele.

Raamatu levitamine on osa raamatu kättesaadavaks tegemisel lõppkliendile. Raamatu tutvustamiseks ja teavitamiseks teostati Lisas 4 näidatud turundus- ja kommunikatsiooniplaan.

Raamatu levitamine kirjastajatele ja agentidele ei kuulu antud töö raamidesse ent toimub samuti tegevusplaani järgmises etapis.

Paberraamatuid trükiti 500 eksemplari, mida jätkub hinnanguliselt 1 aastaks: selle aja jooksul saab teostada Eestis paberraamatute müüki, mille osakaaluks prognoosib töö autor 80% tiraažist, 10 % tiraažist on plaanis levitada välisriikides ja kuni 10% on plaanis kasutada turundusmaterjalina kirjastajatele ja agentidele jaotamise kaudu nii postiteel saatmisega kui ka raamatumessidel kohapeal kas Eesti Kirjastuste Liidu stendi või Eesti Kirjanduse teabekeskuse abil.(Frankfurdi raamatumess, Londoni raamatumess, Göteborgi raamatumess).

E-raamatute puhul toimub levitamine läbi internetipoodide ning need on plaanis müügis hoida vähemalt aasta.

### **3 PROJEKTI TULEMUS JA ENESEREFLEKTSIOON**

Projekti edukust saab mõõta projekti eesmärkide täitmise kaudu. Kui projekti eesmärgid on täidetud, siis on projekt edukalt ellu viidud. Käesoleva projekti sisuline analüüs näitab, et eesmärgid täideti- soovitud formaadis raamatud on müügil ja saadaval soovitud müügikanalites. Projekti majanduslik analüüs on võimalik osaliselt: kuludele leiti katteallikad, müük ehk tulude katteallikad täituvad tulevikus.

Projekti tulemusi saab mõõta erinevate indikaatorite abil. Projektijuhi eneserefleksiooni saab avada läbi erialase eneseteostuse indikaatori. Projektipõhisel ajastul on eriti raske hoida eneseteostust kui pikaajalise perspektiiviga tegevust elus – ühest projektist teise liikumine ei pruugi olla eneseteostuse mõttes sama sisukas ja rahulolu pakkuv.

Käesolevas lõputöös käsitletud projekti kohta võib julgelt öelda, et see tegevus pakkus mitmekülgset eneseteostust, sest tegu oli loomemajanduse valdkonna koostööprojektiga ja rahulolu, sest projekti eesmärgid täideti.

Käesoleva töö autorile pakkus eneseteostuse kogemust olukord, kus vastutus rahalise katte eest tuli võtta projektijuhil. Tuleb tunnistada, et elame ühiskonnas, kus igasugune rahastamine, eriti kultuuri valdkonnas on kirjeldatav kui abirahade jaotamine – see on kui õpitud abitus. Loomulikult on iga projekti puhul oluline, nagu iga eelarve puhul selle rahalise poole korraldamine, planeerimine ja täitmine, ent sellel on ka omad riskid. Kui kogu aeg kasutada teiste ehk võõrast raha, siis ei pruugi olla arusaama selle raha väärtustest. Projektijuhile oli see võimalus teistsugust vastutust ja lahendust kogeda, see tõi kindlasti rahast sõltuvad otsustamise kohad palju reljeefsemalt välja. Iserahastamine oli teadlik valik, saamaks teistsugune kogemus kultuurikorraldajana – tunnetada piirsituatsioone ning olla nendeks olukordadeks ka tulevikuks ettevalmistunud.

Meeskonnatöö oli teine eneseteostuse olukord – töö autor ei osanud oodata seda kogemust, et tegu ei pruugi olla ülemus-alluv suhtega, vaid tegu on koostööpartneritega – mistõttu esines väga vähe võimuhete olukordi. Enamus olukordi olid meeskonnaliikmete kui koostööpartnerite poolt väga sisuliselt sekkuvad tööalased tähelepanekud, mis lähtusid iga rollitäitja funktsioonidest, ning see panus oli rakendatud projekti eesmärkide parimaks täitmiseks. Kui tänapäeval räägitakse loomeinkubaatoritest ja loome-majandusest, siis see olukord oli positiivne case-study, kus iga tänapäevane loomemajandaja tuli oma sisendiga ning tulemuseks oli õnnestunud projekt.

Kui tagantjärele analüüsida, siis just see koostöö tasand – projektitöö kui koostöö partnerite vahel, oli situatsioon, mida projektijuht ei osanud ette näha – see oli meeldiv üllatus. Korduvalt tekkis töö autoril tunne, et inimesed, kes tegid oma rolliga seotud projektitegevusi, teevad seda väga hästi ja nad loovad sama suurt väärtust projektile kui ma ise- uut kvaliteeti.

Olemasoleva lõputöö autori jaoks oli küll eesmärk rahvusvahelisest kogemusest – rahvusvahelises müügikanalis, selle puhul tunnetab töö autor, et tegu on pigem linnukese kirjasaamisega kui läbimurdega, aga kogemus seegi. Nii nagu kontaktide loomisel ja autoriõiguste vahendamisel välismaale, on sama oluline ka rahvusvahelise müügikanali potentsiaali realiseerimisel, jääda siiski realistiks ning tõdeda, et see võib võtta aega ning selleks tuleb teha jõupingutusi. (Owen 1999, lk 101)

Palju olulisem oli selle rahvusvahelise levitamise protsessis saada juurde üks praktiline kogemus: kuidas e-kirjastada raamatud otse müügikeskkonnas. Rõhk on siin pigem e-kirjastamisel. Arusaamine, mis failide formaate on vaja, mis rakendusi erinevate formaatide lugemisel kasutatakse jne – see oli tõeline ahaa efekt. Kuna e-raamatute müüki panekul oli ka probleemiks erinevate failide sisuline kujundus ja formaadi valik, siis ühelt hetkel tekkis tunne – et kui töö autor saab lõpuks aru, mis on e-raamat ja mis on e-kirjastamine, siis võib sellega lausa eraldi raha hakata teenima. Just see väike lisamotivaator, et tuleb läbi formaatide, müügikanalite ajaliste tõrgete kui ka keelebarjääri saavutada puhas käsitööoskus e-raamatute kirjastamiseks, andis hilistel öötundidel jõudu vastu pidada ja mitte protsessi pooleli jätta.

2003. aastal Tartu Ülikooli Viljandi Kultuuriakadeemiasse esimest korda õppima asudes oli töö autoril palju teadmisi kirjastamisest ja lootus saada laiema profiiliga korraldajaks.

Õpingute edenedes on see eesmärk oluliselt muutunud. Vahepeale on jäänud muusika ja tantsuteooriale spetsialiseerumine, et saada laiem kultuuripilt ja võimalus pidada dialoogi

erinevate kunstialade professionaalidega. Samuti on seljataga praktiline kogemus noorteteatri asutamisest ja selle projektide elluviimisest. Viimased tööaastad on viinud töö autori praktilise kultuurivaldkonna mittetulundustegevuse rahastamise koordineerimise ja kujundamise valdkonda- lähemale kultuuri ja selle rahastamise kujundamise poliitikatele.

Nüüd, leidnud ennast olukorrast, et tegutseda saab taas ka kirjastamisega ja nagu näha siis erialaselt arendavalt ja edukalt: kirjastamise uusi formaate valides, tehnoloogilisi oskusi arendades ning üleilmse levikuga kommunikatsiooni- ja turunduskanaleid testides.

Lõputöö läbiviimisel olid varasemad kirjastamise kogemused kasuks, see aitas olla oma tööst nii öelda üle, samas sai tänu osalisele muretusele protsessis suhtes, seda jõulisemalt ennast läbi suruda teemadest, mis võõrad ja vajasid selgeks tegemist ning mõistmist – e-kirjastamine eelkõige, samuti interneti müügikanalite ajaliste võimaluste ressursside hindamine.

Üllatuse pakkus meeskonnatöö, mis pigem realiseerus koostööks koostöö partneritega ja andis projekti juhtimisele uue kvaliteedi.

Taas sai kinnitust mõttetera, et kuni leidub veel inimesi, kes on valmis üldsuse tarvis vestlusi algatama, seni võime olla kindlad, et rikas ja vaimutoitu pakkuv mitmekesisus ei kao kusagile (Zaid 2011, lk 77).

Käesoleva diplomitöö planeerimine ja elluviimine oli oluline osa sellest maailmas kulgemise viisist, kus raamatud on vestlus – et alustada üks rahvusvaheline vestlus ja neid tulevikus veel mitmeid algatada ning selle kaudu kultuurivaldkonda arendada.

## KOKKUVÕTE

Kirsi Ansperi diplomitöö käsitleb Eesti autori Kaur Kenderi romaani “Yuppiejumal” tõlke “Petty God” väljaandmist paberraamatuna ja e-raamatuna, mille esimene eesmärk on avada ligipääs Kenderi loomingule inglise keeles ja teine eesmärk on luua trükis, mis oleks vahend autori ja tema loomingu tutvustamiseks ning tuntuse tõstmiseks võimalike väliskirjastajate ja kirjandusagentide seas.

Käesolev töö annab esmase ülevaate kirjastajarolli muutumisest tänapäeval, kirjeldab ja analüüsib kirjastamisprotsessi Kaur Kenderi romaani „Petty God“ tõlke väljaandmisel ning pakub autori eneserefleksiooni lähtudes projektijuhi ja kultuurikorraldaja positsioonilt.

Kirjastamisprojekti eesmärk on realiseerunud, st paberraamatu ja e-raamatu avaldati 24. aprillil 2014. a. ja need jõudsid müügile planeeritud levikanalites. Paberraamatu müügile ilmumine oli planeeritud Eesti raamatupoodides ja Amazonis tellimise avamine e-poe kaudu; e-raamatu müügile ilmumine oli planeeritud eelkõige Amazonis ja iTunes müügikanalites ent see realiseerus ka Eesti raamatukaubastajate internetimüügi kanalites.

Trükis ilmus soovitud kvaliteedis, planeeritud ajaperioodil ja efektiivse meeskonnatöö tulemusel.

Kirjastamine on loomemajanduse valdkond - selles intellektuaalse loovusega seotud valdkonnas tegutsejad teadvustavad oma tegevust arenguperspektiivi omavana ning on valmis arengu huvides rohkem panustama koostööprojektidesse. Käesoleva diplomitöö raames ellu viidud kirjastamisprojekt ja selles osalenud partnerid on tulemuslik näide loomemajanduslase koostöö huvist ja valmisolekust.

## KASUTATUD ALLIKAD

*About the Translator*. 2014. <http://kender.ee/petty-god> (05.05.2014)

*Amazon müüs e-raamatuid rohkem pehmeakaanelistest rahvaraamatutest*. 2011.- E24, 28.01. <http://e24.postimees.ee/379363/amazon-muus-e-raamatuid-rohkem-pehmeakaanelistest-rahvaraamatutest> (05.05.2014)

*Autoriõiguse seadus*. RT 1992, 49, 615; RT I 2013, 5.  
<https://www.riigiteataja.ee/akt/114062013005?leiaKehtiv> (05.05.2014)

*Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ja analüüs*. – Eesti Konjunkturiinstituut, Tallinn: 2012  
[http://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri- ja spordisundmuste majanduslik moju.pdf](http://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri-ja_spordisundmuste_majanduslik_moju.pdf)  
(05.05.2014)

**Hargla, I.** 2012. *Indrek Hargla: E-nöörimine*. - *Eesti Päevaleht*, 30.07.  
<http://epl.delfi.ee/news/arvamus/indrek-hargla-e-noorimine.d?id=64745396> (05.05.2014)

*Indrek Hargla loobus e-raamatute välja andmisest: mõttekam oleks tasuta jagada*. 2013. - *Postimees*, 16.01. <http://www.postimees.ee/1105810/indrek-hargla-loobus-e-raamatute-valja-andmisest-mottekam-oleks-tasuta-jagada> (05.05.2014)

**Jones, C. & Jerwell, D.** 2013. *100 Ways to Publish and Sell E-Book*. – London: How To Books

*Kirjastamine Eestis*. 2014. <http://www.estbook.com/index.php?id=31> (05.05.2014)

*Kultuur 1994-2004 CULTURE*. 2006. Toim Rosenberg, T. Tallinn: Statistikaamet.

*Loomemajandus*. 2012. - Kultuuriministeerium 28.03.2012

<http://www.kul.ee/index.php?path=0x2x1239> (05.05.2014)

**Luik, E.** 2008. *E-turunduse alused*. Tallinn: ADM Interactive

**Owen, L.** 1999. *Kirjandusteoste autoriõigused: praktiline käsiraamat eesti kirjastajatele*. Tartu: Ilmamaa

*Projektijuhtimine*. 2010. Tallinn: Äripäev

*Rahvusvahelise projektijuhtimise käsiraamat*. 2002. Ptk 2 – Siseministeerium, 27.02.2002

<https://www.siseministeerium.ee/300/> (05.05.2014)

Vadi, U. 2013. *Janek Kraavi ja Kaur Kender. Kohustuslik kirjandus* - ERR 31.03.2013

<http://arhiiv.err.ee/vaata/kohustuslik-kirjandus-janek-kraavi-ja-kaur-kender/same-series>  
(05.05.2014)

**Zaid, G.** 2011. *Liiga palju raamatuid. Lugemine ja kirjastamine külluse ajastul*. – Loomingu Raamatukogu, nr 40, lk 5-76.

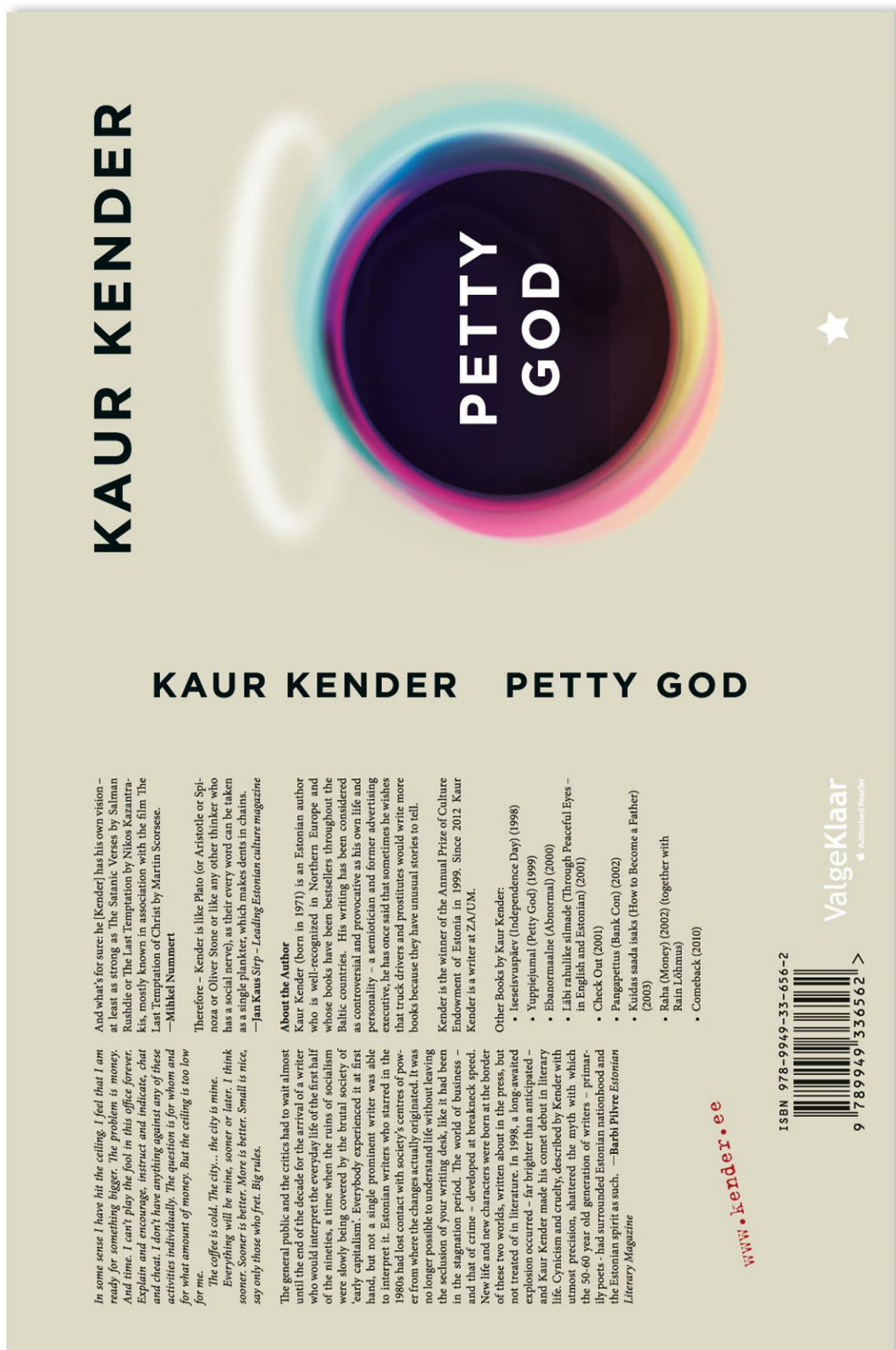


**LISAD**

## LISA 1. Projekti kriitiliste tegevuste riskianalüüs

Projekti kriitilised tegevused	Väline mõju	Sisemine oht	Riski maandamine
raamatu kujundamine	kujundaja leidmise vajadus	kujundaja tähtaegadest kinnipidamine	leida ajalistest kokkulepetest kinnipidav raamatukujundaja
raamatu rahastamine	rahastamise allikate leidmise vajadus	ebapiisav raha kulude katmiseks	rahastamise katteallikate leidmine enne kulude tekkimist
raamatu väljaandmise tähtaeg	vajadus anda välja raamat tähtajaks s.o. 24 aprill 2014	raamatud ei ole tähtajaks müügikanalites saadaval	paberraamat varem trükikojast välja, et jõuaks need kabastajatele laiali vedada; e-raamatute puhul mitme müügikanali valimine ja neist vähemalt ühe online kanali õigeaegne avamine pigem õigest päevast varem
raamatu turundus- ja kommunikatsioon	vajadus avada raamatu kommunikatsiooni kanal	kodulehekülje valmistaja ei saa töö õigeaks ajaks valmis	kodulehekülge avada etappide kaupa, et see oleks õigel ajal avatud ning info lisanduks jooksvalt
raamatu turundus- ja kommunikatsioon	vajadus avada raamatu turunduskanal	et turundussõnumid ei ole valmis kui kanalit kasutama hakata	toota sõnumid võimalikult palju ette, et nende kanalisse suunamine oleks seda ladusam
raamatu levitamine	paberraamatu nähtavaks tegemise vajadus poodides	et raamatud jõuaks õigeaks ajaks hulgilevitajateni	operatiivne tegutsemine raamatute trükikojast kättesaamisel: kulleriga hulgilattu saatmine, lepingute digiallkirjastamine
raamatu levitamine	E-raamatu nähtavaks tegemise vajadus e-müügi kanalites.	E-raamat ei ole müügikanalites nähtab	turundustööriistadega suunata info konkreetsete sihtturgude klientidele

# LISA 2. Kaur Kender “Petty God” - raamatukaane ja esimese peatüki kujundus



**PETTY  
GOD**

**KAUR  
KENDER  
PETTY  
GOD**

Translated by Edith Epler

Copyright © 2014 Kirsi Anspér

All rights reserved. This book or any portion thereof  
may not be reproduced or used in any manner whatsoever  
without the express written permission of the publisher  
except for the use of brief quotations in a book review.

Publisher: Kirsi Anspér  
Co-Publisher: Edith Epler  
Translated by Edith Epler  
Edited by Sander Intelmänn  
Proof-read by Daniel Allen  
Designed by Indre Suur  
Printed by Pakett AS

ISBN 978-9949-33-656-2

To  
the teacher  
the brother  
the friend  
the partner

### First chapter

At first there was nothing on my desk. Under the table were empty drawers and in the ceiling a hole, where, as it later turned out, a chandelier would be fitted.

“Bring me a lamp!” I shouted to the lobby. A lamp was brought. This happened some time ago.

Everything is ready and everything has been planned. And most importantly: everything has been done. I do not have to do anything. The system functions by itself. I just watch and enjoy. Astonishing, I should say, how much I like this. The last thing I hung on the wall was a picture of David Allmighty. Precisely above my desk. I know there is something similar about the two of us. I know that this something stands out. If I had a son, I would put a picture of him there, too. Yes: me, my son and David Allmighty. That would be fun. Regrettably I do not have a son. Here and now. Moreover, there is really no particular need for David Allmighty, but some clients can more easily accept the thought that someone grand and distant creates certain solutions, which

they are offered. Many of the moves I have made are ascribed to David Allmighty. But let the people talk.

Now there is only the naming left. I cannot be bothered with that. I will let him name. But before he starts to name, there is one more thing.

He will ask at any moment.

\*

"Who else will be in my cabinet?" I ask at last. Everything has been unpacked, everything has been done, but he still hasn't told me. Well, I shouldn't stay here alone! He keeps repeating that creative work is a dialogue. Why should I be talking to myself then?

"Sleep, sleep well tonight, because you will have a companion tomorrow," he grins and scratches his gold Rolex.

When he sits, he always rests his hand on the desk in such a way that his sleeve rolls up and reveals the Rolex and the cufflink of his gleaming white shirt, adorned with an opal button. The pose, as well as the watch is exactly the same as in the photo of David Allmighty that hangs on the wall above his chair. Does he practise these poses?

"Take the files out of the box... Here are some pieces of paper... Write a name for each of them."

I don't understand. I ask: "What name?"

- 8 -

"Any name," he answers, "an original name. I do not want to see 'inbox', 'outbox', 'bills', 'orders' and 'contracts' on my shelf. I want every file to have its own name. A name, not to describe what it is, but to show its real character and essence.

"So use your little grey brain cells," he smiles. Is it a test? Does he want to assess my creativity? Little grey brain cells! He has begun to watch Hercule Poirot. A client told me once to screw myself because that's what I'm paid for. This man here said more or less the same. Only phrased it more politely. What name should I suggest for 'inbox'? Did I have to come here? Why did I come here? What did I want from him? Did I want something? Or did I just step by? It is very dangerous to just step into a boss's office. He will just step on you. And you can't stand up and say: man, screw yourself. You can't. He pays you. Now, this is 'inbox'.

"Revelations?" I suggest.

"Revelations!" he jumps in his chair, "Exactly! Revelations! That is what they are. Revelations of issues we would not have a clue about otherwise! Revelations talk about the things that will happen in the future. Things that are still in someone's mind. Very good!"

I was lucky with that one. I look at the files. Earlier I thought that these were folders. At least that's what my

- 9 -



mother calls them. But here everybody is talking about files. And everybody watches X-Files. Is it chance or coincidence? He hums contentedly and jumps up: "Revelations! Exactly!"

Exactly! I shout in my mind. Now I remember. I wanted to know who would, besides me, sit in this cabinet. I don't want to be alone. As he himself has said, creative work is a dialogue. But a dialogue takes two. I can't call my mother for inspiration all the time. I want a colleague. A companion. Someone who would be by my side. Who would comment. Criticise. Support. And take some of the responsibility from me. I guess I asked him already. Or did I?

"Give me this file," he says. I see his glance, which is looking at my hand, which is holding a file, which seems heavier than the previous ones.

"There's no need to name this file. Don't look at this file. This file... its existence is better forgotten..."

He puts the file into the big bottom drawer of his desk. What did I want to tell him? Fucking files. I take another one out of the box. Leaf through it. Contracts. Should I suggest 'rainbow' for this one?

The door opens.

- 10 -

\*

Everything is ordinary in this office. Everything is well set. The boss is behind his desk. Another idiot is fussing on the floor with some files. I can't be bothered. A window. I take a sip of espresso and look.

You can see a city from the window. Not a street or two, nor a few houses and a tree, but a city. I went to the countryside once. Horrible. The countryside is differentiated from a city by money. By the lack of money, in fact.

The espresso has cooled down. The absence of espresso divides the city from the countryside as well. There's no cold or hot espresso in the countryside. There's only 25-year-old instant coffee. I suspect that if I go to the countryside once more, by some chance, I would have to drink instant coffee again.

I like espresso. Especially double espresso. I don't like money. But I didn't come up with the notion of money. Money was already here when I arrived. And I have learnt to love money. I love money. Specifically, the money I currently have, as well as the rest, which exists.

The question is how to get money. Money answers all the other questions by itself. For example: how to win friends and influence people? The answer? Three guesses.

- 11 -

And here's a little support in this envelope to help you decide.

I know for sure that I won't let the situation stay as it is. I make money out of words. It is the biggest gift one could have. My words are like a DNA model of making money.

It is kind of a trade-off. Words from me, the words enlighten, money from you. For enlightenment. Is everybody happy?

Clients pay. And why shouldn't they? With even the slightest luck, a client gets an advert, which enlightens a consumer, and the consumer runs his heart out to get the advertised product.

In some sense I have hit the ceiling. I feel that I am ready for something bigger. The problem is money. And time. I can't play the fool in this office forever. Explain and encourage, instruct and indicate, chat and cheat. I don't have anything against any of these activities individually. The question is for whom and for what amount of money. But the ceiling is too low for me.

The coffee is cold. The city... the city is mine.

Everything will be mine, sooner or later. I think sooner. Sooner is better. More is better. Small is nice, say only those who fret. Big rules.

I have never understood the argument that it is possible

- 12 -

to live according to the principle "One for all, all for one". For me, there's only one way to understand this motto: One (me) gets money (meant) for everyone (that is to say, I get what belongs originally to everyone) and all (the rest of the people) get what is meant for one (divide between them the part that one person should have got). This means the difference should be very big. About a million to one, or something like that.

However, it isn't so because I arranged it this way. Far from it! It is so because this is the way it is. And something has to motivate people. Actually, money doesn't motivate them. To have an issue to talk about, I talk about money. Money is what people believe in. This is what people expect. This is what lets people understand. There must be something to strive for when real motives cannot be guessed.

I am cold-blooded today. Obviously because of the cold espresso.

Someone is watching me. I turn around. Of course. Both of them are staring at me. Why is that idiot on the floor with all these files? In fact, they both look pretty similar. One is just like the other. The difference is in the quality. While one of them has a Rolex made of gold, the other has a golden Rolex.

- 13 -

## LISA 3. Projekti ajakava

Ajakava	Nädal:	1	2	3	4	5	6	7	8
		10.03-	17.03-	24.03-	31.03-	7.04-	14.04-	21.04-	28.04-
Tegevus	Periood:	16.03	23.03	30.03	6.04	13.04	20.04	27.04	04.05
Tegevuskava koostamine									
Eelarve koostamine									
sh rahastusallikate leidmine									
sh reklaamimüük									
sh katteallikate kinnitamine									
Sisu koondamine									
Meeskonna moodustamine									
Formaatide valik									
Leviplaani koostamine									
Sisukorrektuur									
Sisu kujundamine									
Kaane kujundamine									
Sisu ja kaane kinnitamine									
Arvete tasumine									
Trükikoja leidmine									
Lõppvariandi kinnitamine									
Trükiettevalmistus ja trükkimine									
Turundus- ja kommunikatsiooniplaan									
Paberraamatu avaldamine									
E-raamatute avaldamine									
sh rahvaraamat									
sh Amazon USA									
sh Amazon UK									
sh iTunes									
Paberraamatute ja e-raamatute levitamine									
Raamatuesituluse tegevused									
sh pressiteade, kutsed									
sh landing page									
sh esitlus intervjuu									
sh otsepostitus									

## LISA 4. Projekti turundus- ja kommunikatsiooniplaan

Tegevus	Tegevuse eesmärk	Tegevuse sisu	Tähtaeg
Eestikeelne infolevitamine	Levitada Eesti online meedias infot – kohaliku sihtgrupi levitamisest informeerimine	Saata välja online meedia toimetajatele pressiteated koos isikliku pöördumisega, et saada esmane tagasiside, kas ja millal info ilmub. ( Päevaleht, Postimees, BNS, Delfi, ERR)	23.04.2014
Inglisekeelne infolevitamine	Levitada UK ja USA online meedias – kohaliku sihtgrupi levitamisest informeerimine	Saata välja online meedia toimetajatele, fookusega kultuuriuudiste toimetajad pressiteated koos isikliku pöördumisega, et saada esmane tagasiside, kas ja millal info ilmub, samuti pakkuda arvustamise koostamiseks tasuta e-raamatu lugemise linki (kokku 10 linki, kehtivad 4 nädalat; online kanalid: NY Times, Observer, NY Sun, The Guardian, Sunday Times, Independent, Express)	selgub 23.04.2014, orienteeruvalt 24.04- 28.04.2014
Landingpage	Petty God on nn „landingpage“ – koht kuhu sihtgrupid suunatakse erinevate sõnumite abil ja erinevatest allikatest	Luuu kodulehekülg <a href="http://kender.ee/petty-god">http://kender.ee/petty-god</a> ja see avada vastavalt info avaldamise strateegiale. Koostööpartner Martin Sookael, kellega koostöös leht valmib, info lisatakse ning vajadusel operatiivselt muudetakse	22.04.2014
Uudistekanal	Kasutaja „Kaur Kender“ konto kaudu levitada sotsiaalmeedias infot otsepostitades UK ja USA turu kasutajatele uudiseid ja reklaamida raamatut.	Autor Kaur Kenderiga kokkulepel kasutada projekti raames kasutajakontot „Kaur Kender“ sotsiaalmeedia kanalis Facebook; kui info levitamise kanalit, selle kaudu valida info levitamise strateegiad: 1.) otsepostitus ehk <i>boostimine</i> ; 2.) suunatud reklaam ehk <i>promote</i>	23.04.2014
Uudised	Eesmärk on hoida avaldamisel tähele-panu autoril ja teosel	Toota FB jaoks uudised, et hoida tähelepanu <i>landingpage</i> ’il ja sellekaudu järjest avanevatel müügikanalitel: ca 6 uudist a 1 x päevas avaldada.	23.04- 05.05.2014

<b>Tegevus</b>	<b>Tegevuse eesmärk</b>	<b>Tegevuse sisu</b>	<b>Tähtaeg</b>
Online raamatuesitus	Pakkuda välisturgude lugejatele vahetu kontakt autoriga, esitada küsimusi	Online intervjuu teose autoriga - formaat AMA (Ask Me Anything), mis on reddit.com portaalis üks aktiivselt kasutuselolev formaat USA territooriumil.(testida 23.04.2014)	24.04.2014

## **SUMMARY**

### **Publishing the English translation of the novel “Petty God” by an Estonian author Kaur Kender**

K. Ansper

Culture is a conversation, a discussion where the midpoint cannot be defined. Publishing a book is defining the focus of this ongoing discussion, becoming a publisher is initiating the discussion. As there are many cultures in the world, and many languages, then diversity is a value – diverse forms of discussion are appreciated. (Zaid 2011: 19)

Publishing a book has therefore at least two objectives – placing the book in the center of the discussion one can initiate new discussions about literature and by publishing works of new authors diversify discussions.

Kirsi Ansper’s thesis analyses publishing the English translation of the novel “Petty God” by an Estonian author Kaur Kender, both as a paperback and as an e-book. One of the objectives of publishing the novel is to open access to Kender’s works in English and the second objective is to create a publication that would enable to introduce the author and his works amongst publishers and literary agents outside Estonia.

Publishing is a large sector of creative industry – in this sector that is closely connected to intellectual creativity, the practitioners acknowledge that there are great development perspectives and therefore they are prepared to contribute more to collaboration projects in the sake of development. In this thesis, the publishing project that was put into practice and partners that were involved forms a perfect example of how within the creative industry people are interested and willing to collaborate.

This paper provides an overview of: the changes in the role of the publisher nowadays, describes and analyzes the publishing process of the paperback and e-book estonian writer Kaur Kender novel „Petty God“, and describes the author’s observations about the project from the project’s leader and cultural manager point of view.

## **LIHTLITSENTS LÕPUTÖÖ REPRODUTSEERIMISEKS JA LÕPUTÖÖ ÜLDSUSELE KÄTTESAADAVAKS TEGEMISEKS**

Mina, Kirsi Ansper,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose LOOMEMAJANDUSE VALDKONNA KIRJASTAMISPROJEKT: EESTI AUTORI KAUR KENDERI ROMAANI “YUPPIEJUMAL” INGLISEKEELSE TÕLKE “PETTY GOD” VÄLJAANDMINE, mille juhendaja on Marju Mäger,
  - 1.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
  - 1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tallinnas, **21.05.2014**